

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Suatu perusahaan akan memenangkan persaingan bila dapat menciptakan nilai dan memberi kepuasan kepada konsumen melalui perilaku dan sifat kepada konsumen. Kegiatan pemasaran yang baik, akan berdampak pada kelangsungan dan pengembangan perusahaan secara tidak langsung. Kepuasan akan tercapai apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen. Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan mengevaluasi dan menghentikan konsumsi produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Apabila kualitas pelayanan lebih kecil dari harapan konsumen akan merasakan tidak puas. Apabila kualitas pelayanan sama dengan harapan konsumen akan merasa puas. Apabila kualitas pelayanan melebihi harapan, konsumen akan merasakan sangat puas. Menurut Kotler & Keller (2009:4)

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen toko buku Cahaya dapat dilakukan melalui 5 dimensi fasilitas fisik (Tangible), keandalan (Reability), ketanggapan perusahaan (Resposiviness), kepastian/jaminan (Assurance) dan empati (Empaty). Kelima kualitas pelayanan ini sangat baik apabila terus menerus diupayakan dan diukur oleh toko buku Cahaya sehingga kepuasan konsumen akan tercipta secara totalitas. Sebelumnya akan lebih baik jika terlebih dahulu mengetahui apa kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2016:59) “adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Oleh karena itu diperlukan pengukuran tingkat kepuasan konsumen agar dapat diketahui atribut apa dari suatu layanan yang bisa membuat konsumen puas dan tidak puas, dan dapat dijadikan sebagai koreksi atau perbaikan untuk toko buku Cahaya.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kesuatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan yang meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa, orang properti, organisasi dan gagasan. Beragam produk yang tersedia pada toko buku Cahaya, omset penjualan dapat ditingkatkan salah satunya melalui kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat memaksimumkan pendapatan. Semakin tahun semakin meningkat permintaan akan buku di toko buku cahaya. Sehingga hal tersebut menyebabkan pertumbuhan toko buku yang juga semakin pesat.

Banyak variant barang yang di jual oleh toko Buku Cahaya. Khususnya untuk kebutuhan sekolah. Pelayanan kepada konsumen yang dilakukan Toko Buku Cahaya ramah dan sabar. Hal tersebut yang membedakan toko buku cahaya dengan toko lainnya karena produk yang di jual adalah produk umum. Toko buku cahaya memiliki tempat yang mampu menampung cukup banyak pelanggan dalam satu waktu dan tempat parkirnya lumayan luas.

Pada toko buku cahaya tingkat penjualan selama 3 tahun menjadi fluktuasi (naik turun) yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Penjualan 3 Tahun Terakhir

2017	1,260 Miliar
2018	1,080 Miliar
2019	1,620 Miliar

Sumber: Toko Buku Cahaya

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk memilih judul **“Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Pada Toko Buku Cahaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Toko Buku Cahaya Palembang?
2. Pendekatan kualitas pelayanan manakah yang perlu ditingkatkan dan yang perlu dipertahankan pada Toko Buku Cahaya Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menghindari terjadinya penyimpangan dalam penelitian ini, maka ruang lingkup pembahasan akan dibatasi yaitu mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Toko Buku Cahaya Palembang

1.4. Tujuan dan Manfaat Penulisan

Adapun tujuan dan manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui keputusan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Toko Buku Cahaya Palembang apakah telah sesuai keinginan konsumen atau belum.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan seperti apa yang perlu ditingkatkan dan yang perlu dipertahankan oleh Toko Buku Cahaya Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang akan diperoleh yaitu:

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya pada tingkat kepuasan pelanggan dan sebagai syarat kelulusan dari pendidikan.

2. Bagi Perusahaan

Agar perusahaan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan perusahaan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kembali pelayanan yang diberikan kepada para pelanggannya.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, informasi dan referensi bagi para peneliti selanjutnya dan juga agar dapat memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini.

1.5 METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan pada masyarakat kawasan Perumnas (sako) yang pernah mengunjungi Toko Buku Cahaya Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

“Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti” Umar (2008:42). Data yang didapatkan peneliti disini yaitu data yang diperoleh dari objek penelitian hasil pengisian kuesioner yang dibagikan pada masyarakat kawasan Perumnas (sako). Kebanyakan pelanggan yang sering beli (responden) di Toko Buku Cahaya ini adalah dari kawasan perumnas (sako) itu sendiri di karenakan banyak sekolahan yang ada disekitaran Toko Buku Cahaya tersebut.

2. Data Sekunder

“Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain” Umar (2008:42). Data sekunder yang penulis peroleh dari berbagai sumber seperti pelayanan yang diberikan Toko Buku Cahaya yang penulis peroleh dari internet.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam melakukan penulisan laporan akhir ini, penulis melakukan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

1. Studi Lapangan (Field Research)

Studi lapangan dilakukan dengan mendatangi langsung Toko Buku Cahaya Palembang di Perumnas (sako) untuk wawancara dengan pemilik Toko dan untuk melakukan pengumpulan data yang dilakukan melalui kuisioner. Penulis memperoleh data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan yang disusun dalam bentuk daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang terpilih secara acak untuk menjadi sampel penelitian.

2. Studi Kepustakaan (Library Research)

Penulis menggunakan metode ini dengan cara membaca buku-buku literature atau sumber-sumber data lainnya sebagai acuan dan landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1.5.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Edizal, 20013 : 49). Populasi jumla dari toko buku cahaya adalah para pengunjung yang ada pada toko buku cahaya.

1.5.4.2 Sampel

Agar tidak mempersulit peneliti dalam mengumpulkan data, maka peneliti menggunakan sampel agar dapat mempermudah dalam membagikan kuesioner sebagai alat mengumpulkan data. “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2009:1116).

Populasi jumlah dari konsumen Toko Buku Cahaya Palembang tidak diketahui dengan pasti, maka peneliti menggunakan penentuan sampel menurut Rescoe.

Menurut Rescoe (Sugiyono, 2009:129-130) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini:

- a. Ukuran yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai 500
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya pria-wanita, pawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen) maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$
- d. untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 s/d 20

Untuk menghitung jumlah sampel yang akan diteliti, maka peneliti menggunakan rumus Roscoe, yaitu:

$$N = (V_x + V_y) \times 10$$

Keterangan:

N = Ukuran Sampel

V_x = Jumlah Variabel X

V_y = Jumlah Variabel Y

Untuk menghitung jumlah sampel yang akan digunakan untuk mengisi kuisioner, maka dapat dihitung dengan metode Roscoe, yaitu:

Keterangan:

N = Ukuran Sampel

$V_x = 5$ (Pelayanan)

$$\begin{aligned}
 V_y &= 1 \text{ (Kepuasan)} \\
 N &= (5+1) \times 10 \\
 &= 60
 \end{aligned}$$

1.5.5 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Yusi dan Idris (2009:64), definisi dari teknik pengambilan sampel yaitu teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan disajikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative atau benar-benar dapat mewakili populasi.

Pada penelitian ini, sampel yang akan diambil pada penulisan laporan ini didasarkan pada *Accidental sampling*. Pada teknik ini, pengambilan sampel tidak ditetapkan terlebih dahulu. “Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang dijumpainya bila dipandang orang yang kebetulan dijumpai itu sesuai sebagai sumber data” (Yusi dan idris, 2009:67-68).

1.5.6 Skala Pengukuran Data

Untuk mendapatkan data yang diinginkan, penulis menggunakan skala pengukuran yakni skala likert. Skala Likert dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Adapun Skala Likert yang digunakan yaitu:

Skala Pengukuran tingkat kinerja kualitas pelayanan yang diberikan:

- | | |
|------------------------------|----------|
| 1. Sangat Setuju (SS) | Skor : 5 |
| 2. Setuju (S) | Skor : 4 |
| 3. Cukup Setuju (CS) | Skor : 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | Skor : 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | Skor : 1 |

Skala Pengukuran tingkat harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan:

- | | |
|------------------------|----------|
| 1. Sangat Penting (SP) | Skor : 5 |
| 2. Penting (P) | Skor : 4 |

- | | |
|-------------------------------|----------|
| 3. Cukup Penting (CP) | Skor : 3 |
| 4. Kurang Penting (KP) | Skor : 2 |
| 5. Sangat Tidak Penting (STP) | Skor : 1 |

Kemudian dilakukan perhitungan berdasarkan rumus menurut Supranto (2003:140) dibawah ini. Adapun rumus yang digunakan untuk mencari indeks jawaban responden per item yaitu:

$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$	$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$
-------------------------------	-------------------------------

Keterangan

X = Perkiraan rata-rata tingkat kinerja

Y = Perkiraan rata-rata jumlah harapan

n = Jumlah responden

Kemudian, untuk menghitung tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan konsumen yaitu menggunakan

$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$

Dimana : Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Skor Penilaian Kinerja Toko Buku Cahaya

Yi = Skor Penilaian Harapan Konsumen

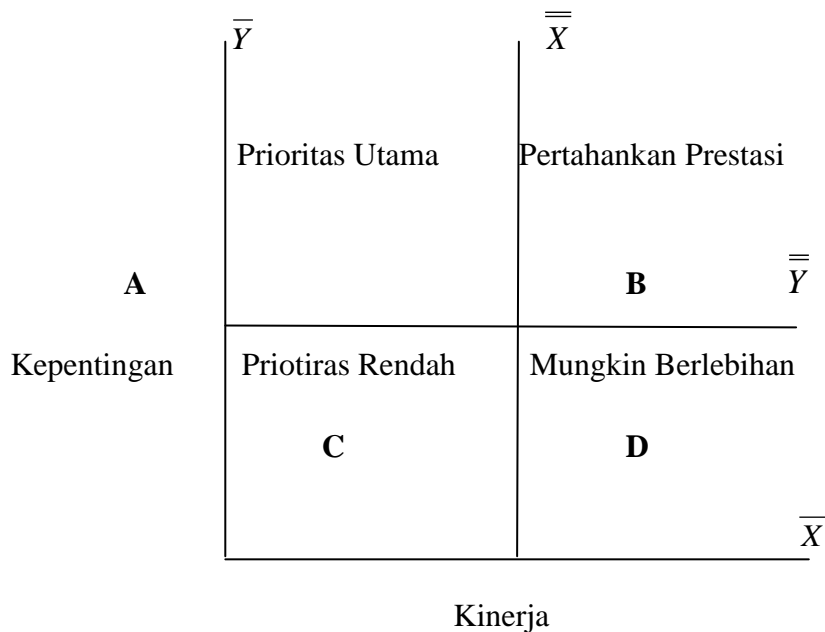
Rumus yang digunakan untuk mencari indeks rata-rata jawaban responden per dimensi, adalah:

$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{k}$	$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{k}$
-------------------------------	-------------------------------

Keterangan:

k = Banyaknya pertanyaan

Diagram Kartesius digunakan untuk mengetahui item apa saja yang termasuk kedalam dimensi kualitas pelayanan yang telah memenuhi harapan dan yang perlu ditingkatkan guna memenuhi harapan pelanggan. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang di bagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y) dimana X merupakan rata-rata dari skor tingkat kenyataan atau kepuasan dan Y adalah rata-rata dari skor nilai tingkat kepentingan (harapan) seluruh faktor yang mempengaruhi pelanggan.



Gambar 1.1: Diagram Kartesius

Keterangan:

a. Kuadran A

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas layanan yang tingkat kepentingannya di atas rata-rata akan tetapi kurang mendapatkan perhatian

dari pihak Toko Buku Cahaya belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan.

b. Kuadran B

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas layanan suatu variable berada pada tingkat yang sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga perusahaan cukup memperhatikan kinerja dari kualitas layanan tersebut.

c. Kuadran C

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas layanan suatu variable yang dilakukan dengan pas-pasan oleh pihak Toko Buku Cahaya dan tidak dianggap sebagai suatu yang penting oleh pelanggan.

d. Kuadran D

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas layanan yang tidak begitu penting oleh pelanggan yang dilaksanakan sangat baik oleh pihak Toko Buku Cahaya sebagai suatu yang mungkin sangat berlebihan.

1.6 Analisis Data

Analisis data yang penulis gunakan dalam penulisan laporan akhir ini yaitu menggunakan metode analisa kuantitatif, kualitatif, dan diagram katresius.

1. Metode Analisa Data Kuantitatif

Yaitu analisa data yang berupa angka-angka yang didapatkan dari hasil perhitungan atau pengukuran. Untuk menganalisis jawaban dari setiap responden, data dapat digolongkan berdasarkan pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan yaitu Tangibles, Reability, Resposiveness, Assurance dan Emphaty.

2. Metode analisa Data Kualitatif

Metode analisa data kualitatif digunakan untuk menjelaskan mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Toko Buku Cahaya Palembang. Berdasarkan data yang telah diolah jawaban responden berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan yang digunakan

untuk menjelaskan apakah kinerja kualitas pelayanan yang telah diberikan telah memenuhi harapan konsumen atau belum, serta untuk menjelaskan dimensi kualitas pelayanan mana yang perlu ditingkatkan dan yang perlu dipertahankan oleh Toko Buku Cahaya Palembang.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai dasar-dasar dan arah serta permasalahan yang akan dijelaskan, yaitu:

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup
- 1.4 Tujuan dan Manfaat
- 1.5 Metodologi Penelitian
 - 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
 - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
 - 1.5.3 Metode Pengumpulan Data
 - 1.5.4 Skala Pengukuran Data
- 1.6 Analisa Data
- 1.7 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan mengemukakan beberapa teori yang dijadikan pedoman didalam penulisan laporan akhir ini, adapun tinjauan pustaka yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

- 2.1 Pengertian Jasa
 - 2.1.1 Karakteristik Jasa
 - 2.1.2 Klasifikasi Jasa

- 2.1.3 Kualitas Jasa
- 2.2 Pengertian Pelayanan
 - 2.2.1 Dimensi Pelayanan
 - 2.2.2 Kualitas Pelayanan
- 2.3 Kepuasan Pelanggan
 - 2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan
 - 2.3.2 Faktor-Faktor yang menentukan Tingkat Kepuasan
 - 2.3.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis memberikan gambaran secara umum mengenai perusahaan dan hal yang berhubungan dengan permasalahan:

- 3.1 Sejarah Singkat Toko Buku Cahaya
- 3.2 Visi dan Misi Toko Buku Cahaya
 - 3.2.1 Visi
 - 3.2.2 Misi
- 3.3 Pelayanan pada Toko Buku Cahaya
- 3.4 Profil Responden

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan permasalahan berdasarkan analisa teori yang telah diuraikan pada Bab II untuk mengetahui dimensi apa saja dari pelayanan jasa Toko Buku Cahaya yang perlu dipertimbangkan dan diperhatikan oleh Toko Buku Cahaya Palembang.

- 4.1 Analisis Keputusan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Jasa Toko Buku Cahaya Palembang
- 4.2 Variabel Kualitas Jasa yang Mendominasi Memberi Kepuasan Kepada Pelanggan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan mencoba menyimpulkan hasil penelitian yang dilakukan serta memberi beberapa saran. Adapun isi dari bab ini yaitu:

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran